

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L.N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Obyek Wisata Telaga Ngebel. *Jurnal Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Asikin, M., Taufik, M, & Nawangsih. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Kolam Renang Veteran Lumajang. *Jurnal Progress Reference , Volume 2, 597-603*.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS 20.0*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Hidayah, Nurdin. 2018. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Jati, S.A., Suryoko, S. (2020). Pengaruh Promosi, Tarif, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada *Playpay Indoor Theme Park* Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9 (2), 83-89*.
- Junaida, E. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 10 (2), 146-155*.
- Karini, R. S. (2019). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Tahura Ir. H. Djuanda. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 12 (1), 43-49*.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi Ketiga Belas. Penerbit Erlangga.
- Lapian, S. Q. W. (2015). Pengaruh *Advertising* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA, 3 (3), 1079-1088*.
- Lebu, C. F., Mandey, S. L., Wenas, R.S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA, 7 (4), 5505-5514*.
- Maisaroh, E., Irawati, D, & Runanto, D. (2016). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan *Experiential Purchasing* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengunjung Wisata Benteng Vredeburg. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi, 1-16*.

- Mayasari, W.M., Budiatmo, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (4), 501-509.
- Oka A.Yoeti. (2018). Pengantar Ilmu Pariwisata. Kompas. Jakarta.
- Priansa, Donny Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Priyanto, R, Widiartanto, Listyorini, S. (2016). Pengaruh Produk Wisata, *Destination Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Obyek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (1), 217-226.
- Putri, D.C., & Sumaryanto, L.S. (2020). Pengaruh Produk, Harga, kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampung Banyumili Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7 (3), 579-590.
- Ramadhan, I., Susanta, H. (2016). Pengaruh Produk Wisata dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Pantai Klayar. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (4), 438-448.
- Rokhim, M. A., Irdiana, S, Illah, M. (2019). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Iklan Media *Electronic* terhadap Keputusan Berkunjung Studi Kasus Pada Tempat Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Lumajang. *Journal of Organization and Bussines Management*, Vol 1 (4), 52-56.
- Sangadji dan Sopiah (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian (W.K Nikoemis, Ed), ANDI-Yogyakarta.
- Sari, L. (2019). Pengaruh *Word of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Religi Masjid Agung Islamic Center Kabupten rokan Hulu. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1 (1).
- Sari, Linda. (2019). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Religi Masjid Agung *Islamic Centre* Kabupaten Rokan Hulu. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1
- Setyawan, A. D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Setyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, *Word Of Mouth* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2 (1), 12-17.

- Sihabudin. (2019). Pengaruh *Marketing Public Relation* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Berkunjung Ke *Wonderland Adventure Waterpark*. ***Jurnal Binawakya*, 13 (8)**.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pusataka Baru Press
- Sukmawati, R. (2018). Analisis Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Tempat Wisata Kaliwatu Rafting Di Kota Batu. ***Jurnal Ilmu Manajemen*, 4 (2)**.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI Yogyakarta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta : Andi.
- Sunanto. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Pada Taman Wisata Sehat Telaga Sindur Bogor. ***Jurnal Ilmu Manajemen*, 4 (2), 112-129**.
- Susanti, N.D., Aryanti, I., Damayanti, R. (2019). Pengaruh Historis, Daya Tarik, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe. ***Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 12 (2), 59-63**.
- Susgenti, N. (2020). Pengaruh Objek Daya Tarik, Pelayanan, Aksesibilitas, Dan Saran Sarana Prasarana Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Padang Sumatera Barat. ***Jurnal Pariwisata Bunda*, 1 (1)**.
- Syahrul, A. R., Saputra, S. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang. ***Journal of Economic and Economic Education*, 6 (2), 176-191**.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Service management*. Yogyakarta: ANDI.
- Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata Pasal 3 Tentang Kepariwisataaan.
- Vilda, G.M., Hufron, M., Hatneny, A.I. (2020). Pengaruh *Word of Mouth*, Daya Tarik Wisata, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Waterboom 88 Bululawang. ***Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9 (19), 184-202**.

Yofina Mulyati, M. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Persepektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu*, 13(1).

Zen, W. Z., Albar, B.B., & Mayasari, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Obyek Wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8 (1).

Sumber Internet :

<https://m.liputan6.com/global/read/3867972/indonesia-raih-penghargaan-destinasi-pariwisata-terbaik-di-belanda> [diakses tanggal 18/2/2020 jam 10.45]

<https://pariwisataku.com/review-dream-land-waterpark-ajibarang> [diakses tanggal 26/10/2020 jam 15.51]

<https://tirto.id/bps-indonesia-dikunjungi-1581-juta-turis-sepanjang-2018-dfGP> [diakses tanggal 10/3/2020 jam 14.00]

<https://www.banyumaskab.bps.go.id> [diakses tanggal 25/11/2020 jam 17.00]

<https://www.bps.go.id/publication/2019/07/02/statistik-wisatawan-nusantara-2018>[diakses tanggal 20/11/2020 jam 15.23]

<https://www.kemenpar.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia> [diakses tanggal 22/2/2020 jam 12.31]

<https://www.kompasiana.com/hasyir/5db8a388097f363ec8436385/potensi-pariwisata-di-banyumas> [diakses tanggal 16/11/2020 jam 12.53]